

---

## PRESENTACIÓ

4

ANÀLISI, d'acord amb la seva posició de mantenir una línia teòrica pluridisciplinar i de compartir el seu treball d'anàlisi de la realitat comunicativa de Catalunya, amb l'esforç per aportar a la investigació sobre comunicació pautes metodològiques d'avantguarda, després d'haver dedicat els seus darrers números a la descripció i valoració dels sistemes de comunicació a Catalunya —números 5 i 6— i mentre en prepara un altre sobre comunicació internacional, dedica aquest número doble a una de les disciplines de màxima actualitat i rellevància en el marc de la recerca sobre comunicació a Europa: el de la semiòtica.

Per a l'elecció d'aquesta temàtica i en l'elaboració d'aquest número, partim, certament, d'una tradició que s'ha anat consolidant a poc a poc en els estudis de comunicació de masses a la nostra Facultat. Amb aquest número, però, creiem que donem un pas endavant en el terreny de l'actualització i en el de la síntesi d'una disciplina que, com és el cas de la semiòtica, es troba en un ràpid i innegable procés d'evolució i de fonamentació científica.

La nostra intenció en publicar aquest número és d'intentar mostrar un panorama, si no exhaustiu, almenys complet, dels més actuals esforços teòrics i de recerca que es realitzen en l'àmbit internacional en aquest sector.

Considerem que la semiòtica, i en la mesura que es desenvolupa com a ciència això sembla més evident, esdevé una aportació decisiva per a la comprensió d'un eix fonamental en l'organització de la nostra societat: el dels processos de significació. D'acord amb el nostre objectiu central d'anàlisi, el de la comunicació social, posem aquí en contrast els mètodes de la semiòtica amb la necessitat d'interpretar la funció significativa dels diversos mitjans i models de comunicació (ràdio, TV, premsa, publicitat, cinema, còmics, fotografia, etc.).

Pel que fa als objectius d'aquest número hem de remarcar que el disseny i la selecció de textos s'han realitzat pensant en la seva utilitat per als estudiosos de

- 6 la comunicació de masses i no especialistes estrictes en semiòtica. Els textos, informacions i comentaris que publiquem han de ser una eina d'estudi i de coneixement del paper que la significació té en els processos socials. Hem tingut en compte, doncs, molt especialment, les necessitats teòriques dels estudiants de les Facultats de Ciències de la Informació, però també les d'aquells professionals i responsables d'accions i polítiques de comunicació motivats per ampliar els seus coneixements sobre els mecanismes semiòtics amb què actuen els mitjans de comunicació. Esperem, també, que els especialistes en semiòtica podran trobar en aquest monogràfic una síntesi de l'estat de l'ampliació de la recerca semiòtica en aquest sector tan decisiu de la comunicació moderna com són els mitjans de comunicació.

Juntament amb col·laboracions de membres del nostre Departament, apleguem en aquest número col·laboracions de diversos especialistes internacionals, principalment europeus, de primera línia. A tots ells hem d'agrair les facilitats que ens han concedit per a la publicació dels seus escrits i, també, la satisfacció amb què han acollit la traducció dels seus textos, la majoria a la llengua catalana, que veu incrementar així la seva bibliografia científica.

Hem de pronunciar, finalment, un agraïment especial al professor E. Landowski que, en representació dels Groupe de Recherches Sémiolinguistiques de Paris, que dirigeix A. Greimas, ha volgut col·laborar amb els coordinadors d'aquest número monogràfic, J.M. Pérez Tornero y L. Vilches, en diverses fases del seu disseny.

ANÀLISI